

# La Stampa viaggia su internet

Hp lancia, con una campagna milionaria, una nuova generazione di stampanti connesse al web che permettono di ricevere anche le ultime notizie Un bebè su un girello sfreccia, sorridendo felice, in mezzo al traffico fino a raggiungere una casa: è qui, che i suoi genitori volevano inviare la foto, appena scattata, del pargolo. Lo spot, intitolato "Happy Baby", in onda per ora solo negli Stati Uniti, fa parte della campagna internazionale lanciata da Hp per far conoscere le nuove stampanti Hp ePrint, collegate a Internet e in grado di stampare a distanza documenti, testi e immagini. Accompagnato da una simpatica canzoncina degli anni Settanta ("Brand New Key" di Melanie Safka), il video sta spopolando su YouTube, dove è stato visto da più di 600 mila persone in pochi giorni. Hp pensa di mandarlo in onda anche in Italia, dopo Natale. Sarebbe la ciliegina sulla torta di una delle più impegnative campagne pubblicitarie mai lanciate da Hp nel nostro Paese: oltre due milioni di euro di investimento. "La tecnologia ePrint rappresenta una grade rivoluzione per il mondo del printing, è un nuovo linguaggio che consente alla stampante di parlare direttamente con il web, aprendo la strada a nuovi servizi on line", spiega Bruna Bottesi, general manager di Hp Imaging&Printing Group per l'Italia. "La campagna di comunicazione è commisurata all'importanza di questa rivoluzione". Annunciate lo scorso luglio, le stampanti Hp ePrint sono state presentate a partire da settembre con annunci sulla stampa, seguiti da una serie di attività di comunicazione a 360 gradi, centrale sull'idea di far sperimentare al consumatore i viaggi della nuova tecnologia. "Far vedere, far toccare, con mano è il mezzo più efficace, perché il consumatore si rende conto immediatamente di quanto sia semplice e al tempo stesso potente questa tecnologia", spiega Bottesi. "Facciamo dimostrazioni pratiche sull'uso dei prodotti, presso i punti vendita e organizziamo "experience event", eventi cioè in cui coinvolti cioè in cui coinvolgiamo

i consumatori con l'aiuto di personaggi noti. Il primo evento di questo genere l'abbiamo promosso all'inizio di dicembre al Mondadori Multicenter di piazza del Duomo a Milano con la partecipazione di Linus. Ne faremo un altro a gennaio sulle Dolomiti, coinvolgendo alcuni cuochi famosi come Claudio Sadler e Simone Rugiati, in occasione della Chef Cup, una gara di cucina di alto livello che si terrà in Val Badia". La campagna si declina anche sui media classici, dalla stampa alla radio. Grande importanza viene data in particolare al digitale, come spiega Stefano Comoglio, marketing e pr manager di Hp Imaging&Printing Group: "La parte on line si declina in banner tradizionali e rich media, ma soprattutto su FaceBook, dove abbiamo una nostra pagina, e su YouTube, che ospita il nostro canale video. Inoltre, sempre nell'ottica di far toccare con mano ai clienti, organizziamo mini eventi a Milano e a Roma, in partnership con Virgilio e Yahoo!, facendo illustrare la nostra tecnologia da blogger e altri testimonial. Infine utilizziamo installazioni digital outdoor in metropolitana, negli aeroporti milanesi e nel circuito Centostazioni". La tecnologia ePrint offre poi ad Hp l'opportunità di sviluppare nuovi servizi in collaborazione con partner esterni. Il modello è quello delle applicazioni per gli smartphone e le tavolette elettriche. "Abbiamo già siglato numerosi accordi a livello internazionale e nel sito Hp sono già disponibili diverse applicazioni", dice Bottesi. "In Italia tra i nostri partner ci sono ad esempio il gruppo Rcs e Class Editori. L'8 dicembre è stata lanciata l'applicazione ePrint per il Corriere della Sera, che sarà presto seguita da quella della Gazzetta dello Sport; il 9 dicembre quella di Milano Finanza. L'utente riceve direttamente sulla stampante, senza passare dal pc, una rassegna delle principali notizie della giornata oppure un notiziario in base ai suoi interessi". La possibilità sono infinite. Una libreria on line, ad esempio, può offrire ai propri utenti la possibilità di stamparsi il primo capitolo di un libro, prima di acquistarlo. "Siamo in trattativa con diversi gruppi, non solo editoriali, ma anche nel campo del

food e dei servizi”, afferma Bottesi, “Uno dei nostri partner sta sviluppando un’applicazione di biling per effettuare pagamenti attraverso la stampante. Le tabaccherie, le banche, gli uffici postali potrebbero diventare centri servizi dove stampare biglietti o documenti, anche quando si è in viaggio. Io ad esempio viaggio spesso in treno tra Milano e Roma; troverei molto comodo poter stampare alla stazione di arrivo il testo a cui ho lavorato durante il viaggio”.